



EUROPEAN SEAFOOD EXPOSITION 2011 Mayo 3-5

I. RESUMEN EJECUTIVO

Hace unos días se llevó a cabo en Bruselas, Bélgica el encuentro pesquero más grande del mundo, la European Seafood Exposition 2011 (ESE). La presentación peruana, ubicada en el Hall 7, estuvo conformada por 29 empresas expositoras, convirtiéndose en la más grande representación peruana que asiste a una feria en el exterior; con ventas proyectadas por más de USD 50 millones para los próximos 12 meses fruto de los contactos obtenidos en el evento.

La *European Seafood Exposition* (ESE) es reconocida como la feria más importante a nivel mundial para el sector de productos hidrobiológicos de consumo humano directo, a ella asisten compradores y exhibidores de 140 distintos países.

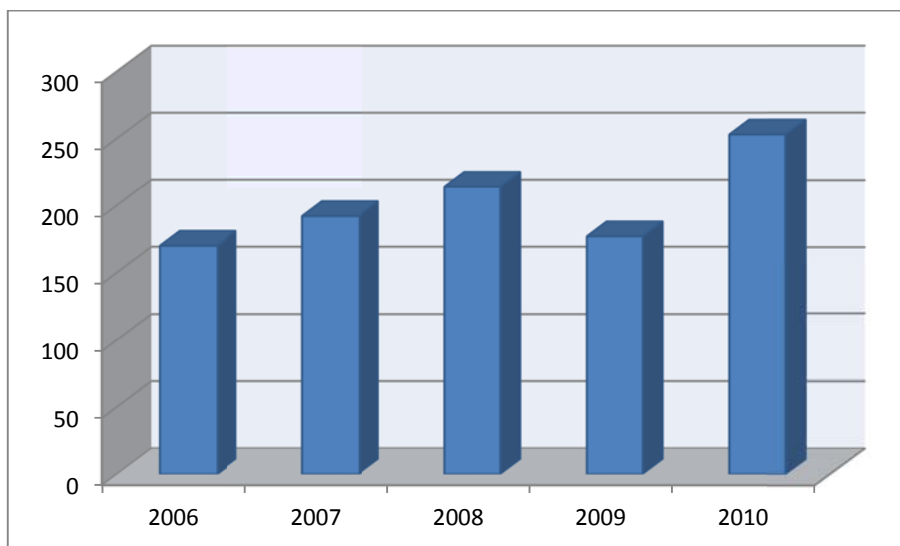
Según información de los organizadores, se tiene que:

- 79% de los visitantes deciden compras
- 84% de los visitantes buscan nuevos productos
- 75% de los visitantes planean comprar productos o servicios como resultado de su participación en la feria

II. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION

Si bien la *European Seafood Exposition* es la feria más importante a nivel mundial para productos pesqueros y congrega a compradores y exhibidores de todo el mundo, tiene una marcada influencia europea, mostrando una constante sofisticación de los productos bajo una línea de alimentos saludables y productos sostenibles. Europa representa alrededor del 40% de las exportaciones peruanas de CHD, y tiene como una de sus características que su demanda está bastante diversificada, es decir, que compra una gran variedad de productos de la oferta peruana, como por ejemplo: pota congelada, conservas de sardina peruana (*Engraulis ringens*), langostino entero congelado, conchas de abanico congelada, merluza congelada, anchoas envasada, entre otros.

Evolución de las exportaciones a la UE (USD)



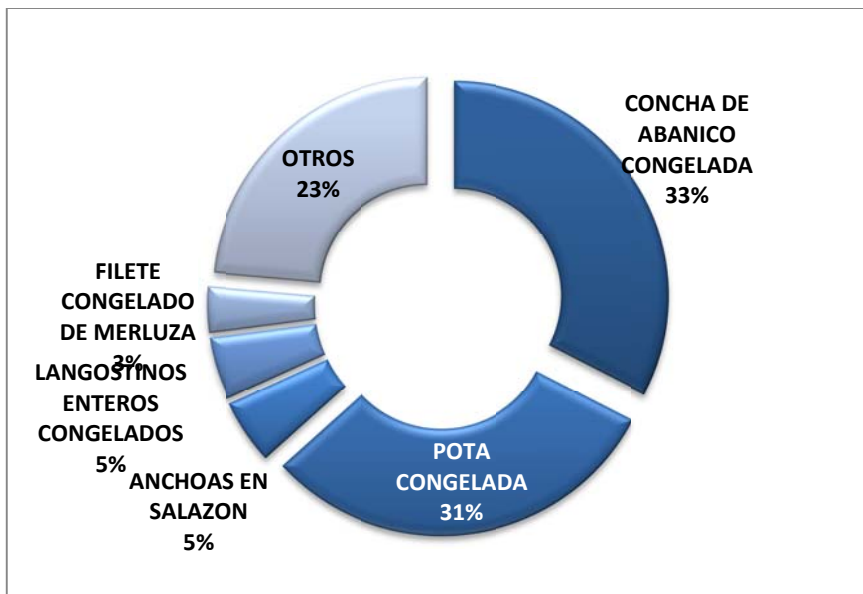
Fuente: Promperu

Con respecto a los países que más demandan el producto peruano, tenemos que destacar a España como el principal destino, sobre todo por su fuerte demanda de pota congelada, anchoas y langostino entero; le sigue Francia que es nuestro principal mercado de concha de abanico congelada. Italia, Alemania y Holanda les siguen en importancia, con productos como la pota congelada en diferentes presentaciones, merluza congelada y concha de abanico principalmente.



Fuente: Promperu

Productos más demandados en la UE



Fuente: Promperu

III. FICHA TECNICA DE LA FERIA

La Feria ESE 2011

Feria: European Seafood Exposition
 Ámbito: Internacional
 Fecha: 03 al 05 de Mayo de 2011
 Edición: XVIII
 Frecuencia: Anual
 Lugar de celebración: Bruselas, Bélgica
 Recinto: Parc des Expositions
 Horario de la feria: 10:00 a 18:00 (martes y miércoles)
 10:00 a 16:00 (jueves)
 Organizador: Diversified Business Communications
 P.O. Box 7437 Portland, Maine - 04112-7437
 Tel: 207-842-5504 - Fax: 207-842-5505
food@divcom.com
exhibitorservices@divcom.com
www.euroseafood.com

Datos adicionales:

- 18^{va} Edición (12^{da} de la *Seafood Processing Europe*)
- Asistencia total: Aprox. 25,000 asistentes
- Visitantes compradores: 13,771 (representando 144 países)

- Stands expositores: 1,635 (representando oferta de 76 países)
- Pabellones nacionales o regionales: 70

IV. INFORMACION COMERCIAL

Oportunidades Comerciales

Con respecto a la demanda por productos pesqueros peruanos, la pota, jurel y concha de abanico fueron los productos más demandados.

Después de casi 2 años sin capturas de jurel, los últimos meses han registrado buenos desembarques de este recurso, motivo por el cual se vio gran afluencia de compradores sobre todo para mercados africanos que son los que compran volúmenes importantes.

Las conchas de abanico se mantuvieron en alza durante toda la feria. Peru ya es reconocido como un proveedor importante de este recurso y se recibieron ofertas de varios países europeos, Estados Unidos y de algunos países asiáticos.

Las conservas de sardina peruana (*Engraulis ringens*) también tuvieron una muy buena acogida en la feria, el interés vino principalmente de países de Europa del Este y Africanos.

Con respecto a otros productos, como la trucha, se registró interés, además de los mercados tradicionales como Alemania y Canadá, de países Asiáticos como Taiwan. Vamos a hacer seguimiento a este mercado.

El paiche aun se muestra expectante, mucho interés pero aun no se logran concretar exportaciones interesantes a Europa, estaremos monitoreando en los próximos meses si se registra algún avance fruto de los contactos obtenidos en la feria.

Tendencias

Mayor exigencia en Certificaciones: Europa lleva el liderazgo en lo que a exigencias de certificación se refiere. Durante la feria se puede observar cada vez más, un mayor número de empresas que destacan como un elemento distintivo importante algún tipo de certificación, sobre todo aquellas que se refieren a las sostenibilidad de la pesca. Este es un tema muy importante para poder mantener nuestra presencia en Europa en los próximos años, muchos vendedores están solicitando estas certificaciones al momento de comprar sus productos

Valor agregado: Si bien es cierto que los empresarios peruanos han avanzado mucho con respecto a este tema, aun queda mucho por hacer, por ello es imprescindible visitar esta feria para apreciar in situ, las nuevas presentaciones, nuevas tecnologías, etc. El incremento del valor de las exportaciones peruanas en los próximos años va a depender de cuanto valor le agreguemos al producto exportado. En términos de cantidad exportada es muy difícil mantener el crecimiento.

Nichos: Interesante ver en la feria que cada vez existen productos mas especializados para adultos mayores y para niños. Como se sabe el pescado es el producto ideal desde el punto de vista nutricional, sobre todo para éstas poblaciones. En el caso de los niños, se están promocionando presentaciones pequeñas, coloridas para la lonchera sobre todo.

V. PARTICIPACION PERUANA

Expositores Nacionales

Nombre de la empresa	Productos o destinos a promocionar	Area de Exposición	Exportaciones 2010 (USD)
Productora Andina de Congelados	Presentaciones de pota, calamar, pulpo y conchas de abanico	9 m2	20'944,922
Corporación Refrigerados INY S.A.	Presentaciones de pota, langostinos, concha de abanico, calamar, pejerrey, perico	9m2	44'282,746
Acuícola Los Paiches S.A.C.	Porciones de paiche	9m2	0
Seafrost S.A.C.	Presentaciones de pota, concha de abanico, calamar, anchoveta, perico, lomo de atún, conservas de caballa, secos deshidratados con valor agregado	18 m2	47'246,367
Pesquera Diamante S.A.	Caballa y jurel congelados y en conserva	18 m2	197'881,926
Coinrefri S.R.L.	Presentaciones de pota, calamar, caballa, jurel, perico, merluza, pejerrey, pulpo, anchoveta	9 m2	8'763,713
Tecnológica de Alimentos S.A.	Anchoveta, caballa y jurel congelados y en conserva	18 m2	443'805,802
Andina de Desarrollo S.A.C.	Anchoveta congelada y en conserva	9 m2	4'185,237
Sea Protein	Concha de abanico	9 m2	413,839
Corporación Hayduk S.A.	Presentaciones de pota, concha de abanico, calamar, anchoveta, perico, caballa, jurel, anchoas. conservas de caballa, jurel y anchoveta	9 m2	149'614,531
Piscifactorías de los Andes S.A.	Trucha (entera, filetes)	9 m2	4'965,234
Refrigerados Fisholg & Hijos	Presentaciones de pota, perico,	9 m2	2'242,193
Austral Group	Anchoveta en conserva. Atún, caballa, jurel en conserva	9 m2	163'421,989

Actividades de Promoción

De las 13 empresas exhibidoras que asistieron al evento con Promperu, 10 ocuparon un stand de 9m2 c/u y 3 ocuparon un stand de 18 m2. El pabellón peruano lució esta vez la nueva marca país, la cual tuvo muy buenos comentarios por parte del público asistente y los expositores. Adicionalmente se organizó, gracias al apoyo de AL Invest, reuniones de negocios para algunos expositores (pequeños y medianos) con compradores potenciales de Italia, Francia, Rusia y Alemania.

Resultados Cuantitativos

De acuerdo a la información entregada por los expositores, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Ventas concretadas y estimadas para los próximos 12 meses: USD 37.105 millones
- Citas de negocios generadas: 620 reuniones
- Citas con Clientes nuevos: 308 reuniones
- Citas con Clientes antiguos: 312 reuniones
- Origen de los visitantes al pabellón peruano: 38 países

Resultados Cualitativos

Con respecto a la participación en la European Seafood Exposition, el 92% de las empresas asistentes consideró a esta feria como excelente y buena para cumplir con sus objetivos comerciales.

Asimismo el 100% de las empresas asistentes confirmaron que asistirán al evento el próximo año.

VI. Conclusiones y Recomendaciones

Luego de la participación peruana en la feria de Bruselas 2011, podemos precisar las siguientes conclusiones:

En líneas generales se esperaba para esta edición 2011 de la feria una mayor cantidad de visitantes en comparación al año anterior así como se pudo apreciar en la feria de Boston 2011. El nivel de afluencia fue similar a la del año pasado, pero a diferencia de otros eventos, esta feria se caracteriza por tener una alta calidad de visitante.

Para esta edición 2011 de la feria de Bruselas, se preparó un diseño de acuerdo a la nueva marca país. En líneas generales se recogieron comentarios muy positivos sobre la presentación peruana y la marca. Adicionalmente se destacó la frase "taste the future" que nos vende como una pesquería sostenible.

Las ventas registradas durante el evento, de acuerdo a las encuestas llenadas por los expositores, fueron de USD 1.35 millones durante la feria con expectativas para los 12 meses de USD 35.75 millones; haciendo un total de US \$ 37'105,000

En la presentación de este año, hubo presencia de 4 gremios empresariales. La CCL y SNI participaron con un stand auspiciado por AL Invest, llevando alrededor de 16 empresas expositoras; asimismo Adex se hizo presente con una misión tecnológica de 3 empresas a la feria y la SNP auspició un Cocktail para promocionar el consumo de Sardina Peruana (anchoveta). Este trabajo conjunto debe continuar para hacer que la presencia peruana en la feria sea más potente año tras año.

Esta feria es mundial, si bien es cierto que los contactos obtenidos por las empresas han sido sobre todo de países Europeos, también se registran contactos de África, Asia, América y Oceanía.

Con respecto a la demanda por productos pesqueros peruanos, la pota, jurel y concha de abanico fueron los productos más demandados.

Se recomienda lo siguiente para las próximas ediciones:

Mantener la presencia de gremios exportadores en la feria, todos bajo la coordinación de Promperu.

Apoyarnos en los concejeros comerciales de Europa para que concreten reuniones con compradores Europeos y además que visiten la feria para involucrarlos más con el sector pesquero.

Continuar organizando cocktails o presentaciones en el stand peruano que nos permitan hacernos más conocidos en el Mercado e impulsar la promoción de algunos productos priorizados.

VII. Anexos



Stand peruano en Bruselas





Cocktail de la Sardina Peruana (anchoveta)